

Малышева Е.Г.
Омск, Россия

УНИВЕРСАЛЬНАЯ ИДЕОЛОГЕМА ‘СПОРТ’:
ЭТНОКУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА¹

УДК 81'27

ББК Ш 100.3

Аннотация. Статья посвящена исследованию репрезентации этнокультурной специфики универсальной идеологемы ‘Спорт’ в спортивном дискурсивном пространстве. Операциональными единицами описания являются доминантные когнитивные стереотипы, объективированные в текстах изучаемого типа дискурса. В статье предлагается методика анализа текстовой реализации изучаемых ментальных феноменов и делаются выводы о когнитивной специфике универсальной идеологемы ‘Спорт’.

Ключевые слова: дискурс, спортивное дискурсивное пространство, универсальная идеологема, когнитивный стереотип; национальная специфика.

Сведения об авторе: Малышева, Елена Григорьевна кандидат филологических наук, доцент.

Место работы: Омский государственный университет.

Контактная информация: 644074, г. Омск, ул. Ватутина, д. 28. кв. 2.
E-mail: malysheva_eg@mail.ru.

Идеологическая составляющая концепта ‘Спорт’, как показывает наш анализ, отчетливо демонстрирует, кроме всего прочего, национальную специфику содергательной структуры данного феномена, которая определяется прежде всего факторами внелингвистического порядка.

На наш взгляд, одной из самых продуктивных методик скрупулезного описания национально и культурологически релевантных когнитивных признаков многоуровневого концепта (каковым является и универсальная идеологема ‘Спорт’) является методика выявления и описания **когнитивных стереотипов**, интерпретирующих названный феномен.

Понятие **когнитивного (ментального) стереотипа** неразрывно связано с понятием **концепт**: именно в стереотипах отражается «интерпретация» тех или иных базовых концептов, которая задается всей совокупностью бытовых, социально-экономических, социально-политических, исторических, природных, этнических, культурологических факторов.

В лингвистической науке существует достаточно большое количество определений когнитивного (ментального) стереотипа, но во всех имеющихся дефинициях так или иначе подчеркива-

Malyshova E.G.
Omsk, Russia
UNIVERSAL IDEOLOGEM ‘SPORT’:
ETHNO-CULTURAL SPECIFICITY

ГЧНТИ 16.21.27

Код ВАК 10.02.19

Abstract. The article is devoted to the representation of ethno-cultural specifics of universal ideologem ‘Sport’ in the discursive space of sport. Operational units descriptions are the dominant cognitive stereotypes, that are presented in the texts of the discourse type under study. This article proposes a methodology for analysis of the text implementation of mental phenomenon studied and draws conclusions about cognitive characteristics of universal ideologem ‘Sport’.

Key words: discourse, discursive space in sports, universal ideologem, cognitive stereotype, national specificity.

About the author: Malyshova, Elena Grigorievna candidate degree in philology, associate professor.

Place of employment: Omsk State University.

ются базовые, дифференциальные признаки исследуемого феномена.

Когнитивный (ментальный) стереотип понимается как мифологическое по сути, устойчивое типизированное представление о действительности или ее элементе (предмете или ситуации) с позиций обыденного массового сознания [Маслова 2001: 109-110], как «содержательная форма кодирования и хранения информации» [Красных 2002: 23]. В.В. Красных подчеркивает, что когнитивный стереотип характеризуется относительной устойчивостью и повторяемостью, схематичностью, стандартизированностью, однозначностью, массовостью, оценочностью, национально-культурной спецификой.

Таким образом, практически любой когнитивный стереотип может быть назван **этно-культурным**, отражающим особенности того или иного сообщества, объединенного по национальному и/или государственному признаку.

Думается, однако, что вовсе не в каждом дискурсивном пространстве названные когнитивные универсалии эксплицируются так явно и частотно и с таким языковым разнообразием, как это происходит в спортивном дискурсе, поскольку, как справедливо замечают теоретики журналистики Нейл Блейн и Раймонд Бойл, «модели освещения в СМИ спорта становится источником – возможно, уникальным источником – информации о том, *каковы наши убеждения и мнения, какова наша культура в широком смысле этого слова*» (выделено мной. – Е.М.) [Блейн, Бойл 2005: 471].

¹ Работа выполнена по гранту «Разработка концепции многовариантности медиаобразования» (государственный контракт № П1310) в рамках Федеральной целевой программы «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России на 2009-2013 годы».

Заметим далее, в том числе и в связи со сказанным выше, что нам не кажется неоспоримой эксплицированная в большей части определений такая характеристика способов языковой объективации когнитивного стереотипа, как *стандартизированность* и *клишированность*.

Думается, что разнообразие средств экспликации когнитивного стереотипа в языке находится в зависимости от *типа дискурса*, в котором эта объективация происходит, от *типа субъекта дискурса и его коммуникативной позиции*.

Так, например, определенная субъективность позиции адресантов спортивного дискурсивного пространства (*агентов*, в терминологии дискурсивной социолингвистики): журналистов, спортсменов, тренеров, болельщиков – позволяет говорить о том, что вербализация названных феноменов в этом типе дискурса характеризуется разнообразием и относительной нестандартностью.

Однако мы можем сделать безусловный вывод о том, что при языковой репрезентации исследуемых концептуальных доминант спортивного дискурса отражаются стандартизованные, повторяемые, частотные, национально-специфичные и повышенно оценочные *представления* носителей русского языка не только о спорте и о спортивных победах или поражениях, но и – шире – о собственном государстве, стране, Родине, власти – с одной стороны, и о русском характере, этических и моральных принципах русских, об их отношении к Родине, отечеству, его истории сквозь призму спорта и спортивных достижений – с другой.

В.В. Красных полагает, что когнитивный стереотип имеет две разновидности – стереотипы-поведения и стереотипы-представления.

Для нас актуальными оказываются прежде всего *стереотипы-представления*, основными видами которых являются, по мнению исследователя, *стереотипы-ситуации* и *стереотипы-образы*.

В основе стереотипов-ситуаций находится некоторое стандартизованное представление о ситуации (например, о *поведении болельщиков на трибунах*), а в основе стереотипов-образов – типизированные представления о предмете, лице, феномене (например, профессиональные и поведенческие стереотипы-образы *спортсмен*, *тренер*, *спортивный фанат*, *болельщик*; национальные *русский*, *француз*, *финн*; социумные (*легенда спорта*, *звезда спорта*). Они выполняют предикативную функцию, определяют, что следует ожидать от какой-либо ситуации или предмета реальной действительности.

На наш взгляд, необходимо выделить еще одну разновидность стереотипов-представлений – *стереотипы-суждения*, которые, мы полагаем, могут быть определены как *схематичная, типизированная, национально маркированная интерпретация содержания абстрактных концептов, прежде всего этических и идеологических*.

Так, например, в русской национальной картине мира отражено стереотипное, национально-специфическое суждение, связанное с национально специфичной интерпретацией победы вообще и *спортивной победы* в частности как победы «любой ценой», «вопреки всему», более того, как победы, почти всегда *тождественной военной*.

Таким образом, на наш взгляд, стереотипная, национально маркированная интерпретация ядерных или периферийных когнитивных слоев тех или иных многоуровневых концептов (таких, например, как концепты ‘Спорт’, ‘Олимпиада’, ‘Победа/Поражение’, ‘Спортсмен’, ‘Патриотизм’) представляет собой *сочетание стереотипов-ситуаций, стереотипов-образов и стереотипов-суждений* и, кроме того, находит свое отражение в стереотипах-поведениях.

Выделение и описание стереотипов-суждений, использование их в качестве одной из базовых операциональных единиц лингвокогнитивного анализа, на наш взгляд, чрезвычайно продуктивно, поскольку позволяет, во-первых, обнаружить национально специфичные «векторы» интерпретации содержания того или иного многоуровневого концепта как в картине мира, продуцируемой спортивными СМИ, так и в наивной картине мира адресата; а во-вторых, проанализировать специфику языковой объективации заданных представлений в определенном типе дискурса.

Заметим также, что лингвокогнитивный анализ интерпретации концептов посредством когнитивных стереотипов неразрывно связан с лингвокультурологическим и лексико-семантическим описанием концептов.

Разноаспектные выводы, к которым приходит исследователь в результате использования совокупности разнонаправленных методов и методик исследования, отличаются большей степенью объективности и верифицируемости.

Если говорить о своеобразном *метаязыке* описания *когнитивных стереотипов-суждений* в лингвистике, то можно констатировать, что названной ментальной единице соответствует сформулированная исследователем – в результате проведенного анализа – своеобразная «*этическая максима*» (Н.А. Кузьмина), то есть некоторое высказывание, характеризующееся модусами *должествования*, *констатации* и/или *оценки*, которое представляет собой когнитивно-пропозициональную структуру, называемую *объект* или *субъект* *характеризации* (*‘Победа’*, *‘Спорт vs Спортивная борьба’*, *‘Русский спортсмен vs Русский тренер vs Русские в спорте’*, *‘Русский спортивный чиновник’*) и его доминирующий признак (признаки): *‘Русские в спорте – максималисты / Русские спортсмены признают только победу и под.*

Нами уже подчеркивалось, что посредством когнитивных стереотипов, объективирующих концепт ‘Спорт’, транслируются общие представления носителей русского языка об особенностях русского характера, о специфике российского жизнеустройства, об отношениях гражданина и государства, о русском патриотизме. Так, например, выявленный нами стереотип «*Российских спортсменов в мире не любят и всегда засуживают*», очевидно, коррелирует с более общим ментальным стереотипом «*Русских в мире не любят*».

Это наблюдение подтверждает уже высказанную мысль о том, что в журналистском спортивном дискурсе, в сфере медиаспорта, отражаются как определенные идеологические и мировоззренческие «установки» современных носителей языка, так и особенности русского национального менталитета.

Итак, любая когнитивная структура, будь то концепт, концептуальная модель или описывающий их когнитивный стереотип, эксплицируется в языке – вербализуется в разных типах дискурсов.

Лексическими и лексико-синтаксическими маркерами когнитивных стереотипов в тексте могут являться, во-первых, частотно повторяемые, отчасти клишированные высказывания, коррелирующие с пропозициональной структурой, посредством которой формулируется стереотип, а во-вторых, разнообразные сегменты текста – от словосочетания до нескольких взаимосвязанных предложений, в которых репрезентируется *содержательная структура* стереотипа.

Материалом для исследования, предпринятым в данной статье, стали печатные и электронные тексты журналистского спортивного дискурса, в которых репрезентированы базовые для этого типа дискурса концепты ‘Спорт’, ‘Победа/Поражение’, ‘Патриотизм’.

Подчеркнем, что все названные когнитивные феномены отличает многоуровневый характер, наличие обширной периферии поля концепта, а также взаимопроникновение, наложение и пересечение полей концептов.

Более того, когнитивный феномен ‘*Спорт*’, как уже говорилось в предыдущих параграфах данной главы, может рассматриваться как концептосфера, в которую, в качестве составных частей, входят концепты ‘Победа’/‘Поражение’, ‘Патриотизм’, ‘Тренер’, ‘Спортсмен’, ‘Спортивный чиновник’ и мн.др.

Наконец, скажем, что стереотипы-суждения, интерпретирующие данные концепты, репрезентируют, на наш взгляд, прежде всего периферийные когнитивные слои концептов, которые тем не менее могут характеризоваться актуальностью, содержательной значимостью и разнообразием языковых (и внеязыковых) средств, участвующих в их объективации в дискурсивных практиках.

В результате анализа текстов печатных и телевизионных СМИ, объективирующих спор-

тивный журналистский дискурс и характеризующихся жанровым, прагматистическим разнообразием, нами зафиксировано достаточно большое количество частотно эксплицируемых когнитивных (ментальных) стереотипов, которые репрезентируют содержательные особенности изучаемого концепта/концептосферы.

Нами выделено пять групп когнитивных стереотипов, которые описывают представление носителей языка о спорте как таковом и о спортивных победах; о советском спорте и о советских и российских спортсменах и тренерах; об отношении граждан других государств к нашей стране вообще и ее спортсменам в частности; наконец, представление о нашем государстве и его чиновничем аппарате, опосредованное спортивной сферой.

Заметим, что из всех выделенных нами когнитивных стереотипов лишь один характеризуется *модусом должествования*, остальные носят *констатирующий характер*, однако аксиологический модус присущ всем описываемым стереотипам без исключения.

Итак, назовем базовые когнитивные стереотипы, посредством которых объективируется этнокультурная специфика концептосферы ‘Спорт’:

1. Когнитивные стереотипы, репрезентирующие концепты ‘Русский спортсмен’ и ‘Русский тренер’:

- Русские спортсмены должны победить любой ценой / Русские спортсмены должны быть всегда готовы к спортивному подвигу.

- Русские в спорте – максималисты / Русские спортсмены признают только победу.

- Русские спортсмены – «коллективисты» / У русских спортсменов сильнее других развит «командный» дух, чувство коллектива / Для русских спортсменов подвести команду страшнее, чем проиграть, выступая «за себя».

- Русский спортсмен должен быть патриотом / Русский спортсмен должен побеждать прежде всего ради престижа государства.

- Русские тренеры – лучшие в мире.

2. Когнитивные стереотипы, репрезентирующие концепты ‘Спорт’ и ‘Победа’:

- В спорте ярко выражено объединяющее начало.

- Победы в «большом» спорте – это высшее проявление патриотизма.

- «Большой» спорт – это политика и идеология / Победы в спорте – это прежде всего политические победы.

- Спортивные победы для русских почти тождественны военным.

- Русские часто побеждают не благодаря обстоятельствам, а вопреки им.

3. Когнитивные стереотипы, репрезентирующие представления носителей языка об отношении к русским в мире сквозь призму спорта:

• Русских в мире спорта боятся и не любят / Русских спортсменов всегда засуживают / Русскому спортсмену, чтобы победить, необходимо быть наголову выше всех остальных.

4. Когнитивные стереотипы, репрезентирующие концепты 'Государство' и 'Чиновник':

• Российское государство «неблагодарное» по отношению к спортсменам и тренерам / Российское государство не ценит великих спортсменов и тренеров.

• Русские спортивные чиновники не выполняют возложенных на них обязанностей.

5. Когнитивные стереотипы, репрезентирующие концепт 'СССР':

• СССР был самой мощной спортивной державой.

• Современный российский спорт силен традициями советского спорта.

На наш взгляд, принципиально закрытого списка этого рода когнитивных феноменов, представленных в виде сформулированных исследователем высказываний – типовых логических суждений, не может быть создано, поскольку открытый и отчасти динамический характер имеет совокупность и когнитивных стереотипов нации вообще, и когнитивных стереотипов, репрезентирующих базовые концепты того или иного фрагмента наивной картины мира, в том числе концептосферы 'Спорт'.

Далее нами будут описаны наиболее устойчивые и частотно реализуемые в журналистском спортивном дискурсе когнитивные стереотипы-суждения, объективизирующие концептосферу 'Спорт', вербализация которых отличается относительным разнообразием.

Русские спортсмены должны победить любой ценой / Русские спортсмены должны быть всегда готовы к спортивному подвигу

Реконструкция соответствующего названному стереотипу фрагмента картины мира, представленного в текстах журналистского спортивного дискурса, выглядит следующим образом: преградой для сильных духом российских спортсменов не могут стать никакие внешние неблагоприятные обстоятельства (давление судей, сила соперников, травмы, болезни, бытовые и семейные проблемы, спортивные интриги и скандалы, отсутствие материально-технической тренировочной базы, достойного вознаграждения, плохие погодные условия и т.д.). Разумеется, в спортивных репортажах, аналитических статьях и интервью со спортсменами и тренерами объективные причины могут перечисляться, однако они, как правило, не признаются достаточными и вескими основаниями для проигрыша.

Более того, в спортивном дискурсе эксплицирован следующий, близкий к уже названному, когнитивный стереотип: *Русские часто побеждают не «благодаря», а «вопреки»:*

Как, не имея нормальных условий для тренировок, не имея современного оборудования, наши бобслеисты умудряются побеждать, – загадка для всего спортивного мира (Д. Губерниев, «Неделя спорта», телеканал «Россия-2», 13.04.2009).

Частотной для спортивного дискурсивного пространства является языковая экспликация причин (отсутствие тренировочной и соревновательной базы, современного спортивного оборудования, медицинского обслуживания, чиновничий беспредел и пр.), по которым российские спортсмены **объективно не могут** побеждать на соревнованиях высшего уровня. Однако не менее частотной оказывается констатация факта победы русских атлетов вопреки всем вышеперечисленным факторам, что объясняется, как в приведенном выше высказывании, «загадочностью» русского менталитета.

Подтверждением сказанного является еще один контекст:

В этой борьбе (спортивной. – Е.М.) **мы всегда оставались для всего мира загадкой. Побеждали даже тогда, когда было тяжело и голодно. Даже когда страна разваливалась на части, побеждать продолжали. И оттого становились еще более необъяснимыми («СЭ», 23.02.2001).**

Заметим, что спортивные журналисты используют и в печатных текстах, и в устной публичной речи стилистические приемы, характерные для публицистического дискурса вообще: градацию, парцеллированные конструкции, синтаксический параллелизм, лексические и семантические повторы ключевых слов.

В целом стереотипным, на наш взгляд, является постоянно вербализуемое в спортивном дискурсе представление о том, что спортивные победы «вопреки» объективным обстоятельствам детерминированы именно особенностями русского национального характера, который проявляется прежде всего в экстремальных ситуациях, каковой является выступление на соревнованиях высокого уровня, когда спортсмен выступает не только «за себя», но прежде всего «за страну, за флаг, за гимн»:

Актер Е. Миронов: Не знаю почему... но нашим надо было умереть, но победить» («Прерванное танго. Пахомова и Горшков». Документальный фильм, РТР, 27.12.2006).

За олимпийское золото они заплатили одной ценой – своим здоровьем» (о фигуристах Е. Плющенко и А. Ягудине) («Раскаленный пьедестал», Первый канал, 23.10.07).

Любопытно, кстати говоря, что в журналистском спортивном дискурсе частотно эксплицируется стереотипное суждение о «загадочности» русской души и русского человека вообще, непонятности и непонятности России представителями других народов и государств.

Таким образом, формулы «умереть – но победить», «отступать некуда – позади Мо-

сказа», «пусть синим все горят огнем, медали Родине даем» (любимое высказывание советского тренера по фигурному катанию С. Жука) и подобные остаются весьма актуальными и революционными для современных коллективных представлений россиян о спортивных состязаниях, несмотря на то что характеристики спорта высших достижений, который сочетает в себе черты шоу, бизнес-индустрии и является сугубо профессиональным, претерпели значительные изменения.

Сказанное выше объясняет и то обстоятельство, что обсуждение поражений российских спортсменов на крупных спортивных состязаниях (например на Олимпийских играх), какими бы объективными причинами оно ни было обусловлено, всегда заканчивается выводом о недостатке патриотизма современных спортсменов, о недостаточности усилий, которые ими были приложены для победы. Так, однозначно негативный аксиологический модус значения сопровождал все многочисленные комментарии интервью биатлонистки С. Слепцовой, которая после очередного поражения своей команды на Олимпийских играх в Ванкувере заявила в телевизионном эфире: «Мы (спортсмены. – Е.М.) **никому ничего не должны**». Спортивные журналисты и болельщики в печатных, телевизионных и интернет-текстах обвинили спортсменку в **«отсутствии патриотизма»** и заставили дать несколько интервью с извинениями за непродуманные высказывания.

Однако обращает на себя внимание и другая этноспецифичная особенность отношения к спортивной победе и спортивному подвигу: если русский спортсмен проиграл, но продемонстрировал настоящую **волю к победе**, показал, что сделал для победы все возможное и невозможное, то он оценивается как **победитель**, как человек, одержавший моральную победу прежде всего над собой.

В этом смысле характерна оценка выступления на Олимпийских играх 2004 года в Пекине дзюдоиста Дмитрия Носова, который выиграл бой за бронзовую медаль с тяжелой травмой руки.

Проанализируем статью, посвященную этому событию, на предмет своеобразия экспликации в журналистском спортивном дискурсе ментальных стереотипов **Русские спортсмены должны быть всегда готовы к спортивному подвигу** и **Русские часто побеждают не «благодаря», а «вопреки»:**

Вчера мы видели настоящий подвиг. Его совершил 24-летний парень из Москвы. Он выиграл одной правой рукой решающую схватку. Левую Дмитрий травмировал в предыдущей. Но попросил докторов зафиксировать ее и вышел на татами.

Несчастье случилось в полуфинальной схватке с греком Илиадисом. Началась она с того, что Дмитрий Носов, действовав на

опережение, сбил соперника в партер и пытался провести удержание. Не удалось, судья не открыл счет. Потом соперник провел бросок через спину. Хороший бросок. Кто другой рухнул бы на спину и сразу бы проиграл, но Дмитрий выкрутился. Однако, падая, он вывернулся левый локоть. Раздался хруст. Теперь уже грек провел прием на удержание, и россиянин не сумел вырваться – было очень больно.

И хоть на татами принесли носилки, гордый Носов не стал на них ложиться. Он поднялся и, шатаясь, пошел сам. Мало кто верил, что теперь он выйдет бороться за бронзу. Говорили, что его сопернику Мехману Азизову из Азербайджана повезло: он уже может поздравить себя с бронзой.

Не может. Схватку этих двух дзюдоистов мы все же увидели. А еще – рассеченную бровь Дмитрия, его повисшую и ставшую практически бесполезной левую руку и сумасшедшие глаза. Носов ждал момента для одного-единственного броска. И он ему удался!

В смешанной зоне Дмитрий, превозмогая боль, подошел к журналистам. Главный тренер мужской сборной по дзюдо Авель Казаченков, глядя на него, сказал:

– Такое можно совершить только в состоянии аффекта!

– Я сделал это для страны, – говорил Дмитрий и вдруг застынал. Кто-то, проходя мимо, задел его по руке (Советский спорт, 18.08.2004).

Уже начало данного текста содержит прямую оценку того, что продемонстрировал во время соревнования российский спортсмен, – **подвиг**. Согласно дефиниции, закрепленной в толковом словаре, подвиг – это «героический, самоотверженный поступок» [Ожегов, Шведова 1995: 523]. При том что узульное значение данного слова отмечено для носителей языка безусловными положительными коннотациями, автор статьи «усиливает» его семантику сочетанием с прилагательным **настоящий**. Примечательно, что спортсмен, совершивший подвиг, в начале статьи даже не назван по имени – автор прежде всего подчеркивает его гендерную, возрастную и гражданскую характеристику – **24-летний парень из Москвы**, чем имплицитно подчеркивает, что на подвиг способен практически любой, ничем не примечательный, простой российский спортсмен.

Любопытно, что прямых характеристик Дмитрия Носова, кроме определения **гордый**, текст не содержит: адресату предоставляется право самому оценить то, что журналист называет **подвигом**. А поэтому логично, что весь текст выдержан в повествовательной модальности: автор последовательно описывает происходящие на его глазах события, практически никак их не комментируя. Однако косвенно его рассказ содержит маркеры отношения адресан-

та к поединкам с участием российского атлета: подчеркивается сила духа, стойкость, выносливость и спортивное умение нашего дзюдоиста (*Кто другой рухнул бы на спину и сразу бы проиграл, но Дмитрий выкрутился; мы увидели... рассеченную бровь Дмитрия, его повисшую и ставшую практически бесполезной левую руку и сумасшедшие глаза; Носов ждал момента для одного-единственного броска. И он ему удалось; превозмогая боль; вдруг застонал.*)

Необходимого иллюктивного эффекта журналист достигает, используя в оппозитивной конструкции повтор-подхват и парцелляцию (*Говорили, что его сопернику Мехману Азизову из Азербайджана повезло: он уже может поздравить себя с бронзой. Не может*), а также противопоставляя оценку произошедшего тренером и самим спортсменом (в состоянии аффекта – сделал это для страны).

Несмотря на то что Дмитрий Носов выиграл только бронзовую медаль, третье место, завоеванное таким образом, однозначно оценивается субъектами спортивного дискурса как победа. Кстати заметим, что в качестве приемлемой и понятной и адресанту, и адресату спортивного дискурса причины того, что спортсмен выступает на пределе физических возможностей, рискует здоровьем и превозмогает физические страдания, называется причина «духовного порядка» – патриотизм русского спортсмена, его представление о том, что он побеждает не ради себя, а ради своей страны. Экспликация данных представлений коррелирует с выявленным нами стереотипом **Победы в «большом» спорте – это высшее проявление патриотизма.**

Еще одним примером экспликации в текстах журналистского спортивного дискурса рассматриваемых когнитивных стереотипов является статья под «говорящим» названием **«Русский мужик Легков»**, лиц которой представляет собой цитату из интервью с российским лыжником А. Легковым, занявшим в тяжелейшей борьбе 4 место на Олимпийских играх 2010 года в Ванкувере: *«Извините. Я боролся...»*.

Автор статьи репрезентирует важную национально специфичную особенность русского отношения к победам, о которой мы уже упоминали, – русские воспринимают как победу волю к победе, проявление лучших черт русского характера. В этом случае они считают победителем даже проигравшего:

Победы бывают и без медалей. Происходит это в том случае, когда не хватает секунд – но не воли, очков – но не жажды борьбы, метров – но не характера. А. Легков в субботу выиграл больше, чем проиграл... («СЭ», 22.02.2010).

Однако сам спортсмен оценивает свое выступление как однозначное поражение, о чем свидетельствуют приведенные выше слова из его интервью, которые оцениваются адресан-

том и адресатами спортивного дискурса безусловно положительно.

Полагаем, что последний текст демонстрирует косвенную связь с еще одним частотным когнитивным стереотипом, представленным в спортивном дискурсе, – **«Русские в спорте – максималисты / Русские спортсмены признают только победу.»**

Названный стереотип репрезентирован в речи спортивных комментаторов, в новостных спортивных программах, в интервью со спортсменами, тренерами и спортивными чиновниками.

Приведем примеры экспликации названного стереотипа:

Третье место – тоже, конечно, медаль. Вот только заголовок обширного интервью, которое Татьяна дала автору этих строк пару месяцев назад для рубрики «Олимпийцы-2004», он не оставляет сомнений в том, **какие чувства испытывала она на олимпийском стадионе Афин: «Ниже первого для меня места нет»** («СЭ», 25.08.04).

Разъяренный чернобородый борец валтузил 21-летнего швейцарского мальчишку по ковру так, что за того было страшно. Этот смерч продолжался минуту и семь секунд. При счете 10:0 судьи досрочно остановили – нет, не схватку, а избиение. **Борец с черной бородой стал обладателем бронзовой медали Афин. А потом пошел в сторону раздевалки. И все увидели, что на нем лица нет.** Что медаль эту он хоть сейчас спрятал бы в самый дальний угол своего дома, чтобы никогда ее оттуда не вынимать («СЭ», 27.08.04).

А. Карелин: **«Унизительнее второго места нет ничего... Сын говорит... когда я из самолета вышел: «Медаль давай... – посмотрел так... – хм... белая... Нам таких не надо»** (Документальный фильм «Олимпиада как шоу», телеканал «Спорт», 07.08.2008).

А. Карелин: **«Борцов мирового класса готовят во многих странах... но только в нашей стране... готовят чемпионов...»** (Документальный фильм «Испытание Пекином. Год спустя», Первый канал, 8.08.2009).

Примечательно, что рациональная точка зрения, отраженная, кстати говоря, в иностранных печатных и телевизионных спортивных СМИ, состоит в том, что в условиях современного «большого» спорта, когда конкуренция необычайно велика, медаль любого достоинства является достижением. Справедливости ради надо отметить, что в русском спортивном дискурсе также эксплицировано такое представление об итогах спортивных состязаний, однако более частотным и актуальным является суждение, которое состоит в следующем: эмоционально российский спортсмен (как и российский болельщик), в силу уже названных максималистских качеств, не способен искренне радоваться любому месту на пьедестале, кроме первого:

«Их (русских хоккеистов советской «закалки». – Е.М.) иногда **никто не понимает... Для них есть только первое место...** Вот на Олимпиаде в Нагано... все чернее тучи... Я им говорю: «Очнитесь, опомнитесь! Вы выиграли бронзовую олимпийскую медаль! Радоваться надо! Вы третью в мире!» Знаете, как для того, чтобы выиграть бронзу, надо пахать?» (Лада Фетисова, жена хоккеиста В. Фетисова (об Олимпиаде в Нагано, где ее муж был главным тренером сборной России по хоккею и где наша команда выиграла бронзовую медаль). «Вячеслав Фетисов. Полвека славы». Документальный фильм, Первый канал, 20.04.2008).

Очевидно, что сквозь призму спорта данный стереотип отражает особенности русского характера вообще, которому не свойственны полумеры, полутона [см. подр.: Колесов 2007: 290–297], который требует делать все «по максимуму», особенно в тех сферах деятельности, которые считает «национально специфичными».

Отметим, что в большинстве зафиксированных нами текстов вербализация данного когнитивного стереотипа построена на смысловой оппозиции рационального, объективного, общепринятого – и эмоционального, субъективного, национально специфичного отношения к спортивным победам и поражениям. Высказывания, подобные таким, как «ниже первого для меня мест нет», «унизительнее второго места нет ничего», «для них есть только первое место», «только в нашей стране готовят чемпионов», являются чрезвычайно частотными и повторяющимися в текстах спортивного дискурса, а вербализация оценки самими спортсменами «проигрыша» – «вторых» и «третьих» мест – отличается языковым разнообразием и регулярностью: **нам таких** (медалей. – Е.М) не надо; все чернее тучи; **третье место, конечно, тоже медаль; медаль эту он хоть сейчас спрятал бы** в самый дальний угол своего дома. Приведенные контексты изобилуют маркерами негативной оценки «незолотых» медалей как самим спортсменами, так и адресантами журналистского спортивного дискурса, при этом в данной функции могут использоваться и средства косвенного характера – указательные местоимения *такой*, *этот*, *союз тоже*, модальное слово *конечно* и подобные, в семантической структуре которых актуализируются элементы ‘плохого качества’, ‘не нужный’, ‘позорный’.

Еще одним доминантным когнитивным стереотипом, получающим регулярное языковое воплощение в спортивном дискурсе, является стереотип **Русских в мире спорта боятся и не любят / Русских спортсменов всегда засуживают / Русскому спортсмену, чтобы победить, необходимо быть наголову выше всех остальных**

Названный стереотип, без сомнения, соотносится с более общим когнитивным стереоти-

пом, характеризующим наше представление о том, как оценивается наша страна и ее жители в мире: **Русских в мире не любят и боятся.**

Причина такого отношения, как кажется россиянам, – прежде всего в геополитической роли нашего государства в мире, в специфике истории нашего государства, в том числе и недавней истории Советского Союза.

«У российских болельщиков давно уже сложилось впечатление, что **наших не любят и при любом удобном случае засуживают. И это действительно так...** Россия воспринимается наследницей Советского Союза. **А от советских побед устали**» («Раскаленный пьедестал». Документальный фильм, Первый канал, 23.10.2007).

Обращает на себя внимание констатирующий характер высказываний журналиста («*И это действительно так*») и его обобщающий вывод, в котором спортивная ситуация экстраполируется на восприятие России и Советского Союза вообще.

«...*Еще мой папа говорил: «Чтобы побеждать, мы должны быть на две головы выше всех». Очень тяжело – быть на две головы выше... но надо...*» («Школа злословия». Татьяна Таракова. НТВ, 1.09.2008).

Приведенному высказыванию из интервью Т.А. Тараковой предшествовала следующая, весьма показательная коммуникативная ситуация: задавая вопрос Т.А. Тараковой о том, правда ли, что «*нас засуживают, Россию*», ведущая программы А. Смирнова называет это «*обывательским мнением*» и, увидев протестующую неверbalную реакцию собеседника, спрашивает: «*Нет? Ерунда?...*». В ответ на процитированное суждение тренер Т. Таракова пытается «развенчать» этот стереотип посредством другого, не менее устойчивого: **Россия – великая и сильная страна, в том числе и в спорте.**

Приведем ее ответ полностью: «*Нет, нет! Никто нас не засуживает... Знаете... Что там говорить?! Кто это нас... будет засуживать? Кто посмеет, я не пойму?!*»

Показательно, что аргументации своей позиции, кроме риторических вопросов-восклицаний («*Что там говорить?!*» и «*Кто посмеет?!*»), Т.А. Таракова не приводит. Напротив, именно после этих слов она начинает рассказывать о последних примерах засуживания российских фигуристов на последнем чемпионате мира, о *сговоре судей против российской пары* и т.д. Именно это заставляет ее сделать вывод, который нами процитирован вначале. Кстати говоря, ссылка Т.А. Тараковой на слова ее отца, знаменитого советского хоккейного тренера, позволяет говорить о чрезвычайной устойчивости выделенного нами когнитивного стереотипа и о его объективном характере.

Интересно, что нами обнаружено достаточное количество контекстов, в которых синонимичными верbalными средствами объективи-

рован рассматриваемый когнитивный стереотип:

«Нам, чтобы побеждать, нельзя давать ни малейшего повода, чтобы не зацепились. Надо быть на две головы выше...» (Из интервью Л. Латыниной, многократной чемпионки мира и Олимпийских игр по спортивной гимнастике).

Николай Дурманов: **«Все говорят: «Нас не любят». Да не нужна нам ничья любовь, мы сами по себе»** (Sport.ru 16.02.09).

Таким образом, можно констатировать, что представление и адресантов, и адресатов спортивного дискурса о том, что к российским спортсменам, как когда-то к советским, в мире относятся необъективно и предвзято, носит устойчивый характер, частотно вербализуется в текстах данного дискурсивного пространства и соотносится с более общими воззрениями россиян на отношение к ним со стороны граждан других стран. Впрочем, заметим, что в некоторых случаях такое отношение – «не любят и боятся» – трактуется как репрезентация признания силы и моци и российских спортсменов, и страны вообще, а это может становиться предметом особой гордости говорящих:

Ну, на игру с нашей сборной любая команда настраивается особо. Боятся русской хоккейной красной машины. И не зря... (Из репортажа с чемпионата мира по хоккею. Первый канал, 08.05.2009).

Таким образом, можно констатировать, что спортивный дискурс является пространством, в сфере которого в «концентрированном виде» репрезентируются важнейшие когнитивные

стереотипы, характеризующие – сквозь призму спорта – национально специфические представления россиян об особенностях русского характера, русского менталитета, о базовых принципах русской ментальности, о специфике восприятия русскими «своих» и чужих».

Подчеркнем, что названные метальные черты позволяют реконструировать этически и идеологически значимые фрагменты национальной картины мира, которые, своеобразно преломляясь в разных видах спортивного дискурсивного пространства, не теряют при этом своего исконного содержания.

ЛИТЕРАТУРА

Блейн Н., Бойл Р. Спорт как жизнь: СМИ, спорт и культура [под ред. А. Бриггза, П. Кобли; пер. с англ. Ю.В. Никуличева // Медиа. Введение: Учебник для студентов вузов, обучающихся по гуманитарно-социальным специальностям (020000) и специальностям «Связи с общественностью» (350400) и «Реклама» (350700). 2-е изд. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. С.464-475.

Колесов В.В. Русская ментальность в языке и тексте. – СПб.: Петербургское Востоковедение, 2007. 624 с.

Красных В. В. Этнопсихолингвистика и лингвокультурология. – М., 2002.

Маслова В. А. Лингвокультурология: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. – М.: Изд. центр «Академия», 2001. 208 с.

Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений [Российская АН.; Российский фонд культуры; 2-е изд., испр. и доп.] – И.: АЗЪ, 1995. 928 с.

© Малышева Е.Г., 2010